

Алексей Дерик

Спрос на цифровые приставки глазами установщиков

Хотя приставки для приема цифрового телевидения продаются уже не только в магазинах электроники, но и в обычных гипермаркетах («Ашан», «Лента», «Окей»), часть абонентов обращаются при покупке подобных устройств к профессиональным установщикам. На основе опроса установщиков мы проанализировали динамику и характер спроса в этой части рынка.

Динамика спроса на оборудование

В среднем, по мнению опрошенных нами установщиков, спрос на оборудование для приема эфирной цифры, а также сопутствующие услуги остается стабильным. При этом есть несколько факторов, в разной степени влияющих на этот спрос (и уравновешивающих друг друга в общей статистике, но не на каждой отдельной территории).

Поддерживают спрос подключение второго мультиплекса, отсутствие абонентской платы при достаточно хорошем качестве изображения, дешевизна и широкий ассортимент оборудования на фоне комплектов для приема спутникового телевидения.

По мнению установщиков, определенное влияние на спрос на эфирную цифру оказало и отсутствие у спутниковых платформ бесплатного пакета. Также для некоторых абонентов важную роль играет возможность самостоятельно провести установку и настройку приставки или использовать установленную ранее антенну (принимавшую аналог).

Негативно на спрос влияет отсутствие в цифровом пакете изначально планируемого местного канала.

«Первый вопрос при обращении: «А Самарское телевидение есть?», — Роман Остапив (Самарская область).

Некоторым зрителям представленно-го в бесплатных пакетах количества каналов недостаточно. Для других покупка приемника стала не по карману из-за скачка курсов валют и уменьшения доходов.

Наш опрос выявил и региональные факторы, оказывающие влияние на спрос. К примеру, в Татарстане (Казань и ближайшие пригороды) еще до запуска государственного проекта эфирного цифрового вещания появилась и существует по сей день частное вещание в DVB-T, в пакете

которого присутствуют важные для населения местные каналы. На данный момент этот «частный» пакет транслируется в открытом виде и, несмотря на различия в стандартах, косвенным образом популяризирует государственную эфирную цифру.

«На данный момент в Казани мы имеем в цифровом виде 26 разных каналов, в том числе 6 местных региональных каналов, которых так не хватает в федеральной цифре. Два канала вещаются в формате HD! Конечно же, в момент появления бесплатного цифрового телевидения наблюдался взрыв спроса на эту продукцию. Рынок насытился в течение двух лет, и сейчас эфирная цифра имеет постоянный стабильный спрос на определенном хорошем уровне без сильных взлетов и падений», — Игорь Падюкин, ООО «Спутник +» (Республика Татарстан).

К факторам, снижающим количество желающих подключиться, можно отнести нестабильность работы локальных передающих станций. Эту проблему упоминали немногим более 10 % опрошенных.

Большинство опрошенных нами установщиков отметили, что спрос выше в сельской местности. Хотя в некоторых городах уровень спроса не уступает, в частности за счет переключения на эфирную цифру бывших клиентов спутниковых платформ, а также установки цифровых приемников на второй и последующие телевизоры в квартире или доме. В курортных городах спрос поддерживается гостиницами, пансионатами и другими объектами размещения, приобретающими приставки в номера и в холлы.

Можно выделить несколько причин различия поведения спроса в городских и сельских районах. С одной стороны, на селе потребность в бесплатном телевидении приличного качества с низким

порогом входа гораздо выше, т.к. нет кабельных операторов. А с другой — доходы ощутимо ниже, что не позволяет многим приобрести приставки. Да и второго мультиплекса в некоторых регионах на селе нет, т.е. количество доступных зрителям каналов ограничивается десятью.

«В городе спрос немного возрос с запуском второго мультиплекса, а в селе нет, т.к. там работает только первый мультиплекс. Оборудование для трансляции второго мультиплекса уже установлено, но его не запускают из-за того, что численность населения в зоне вещания передатчика меньше 50 000 человек», — Александр Калужских, Satsamara.ru (Самарская область).

Целевая аудитория и ожидания от сервиса

Чаще всего к установщику обращаются, чтобы получить не только сам приемник для цифры, но и некий дополнительный сервис: установку антенны, настройку приставки и т.п. Соответственно, для тех регионов, где у клиента есть выбор между сетевым ретейлером и установщиком, можно выделить две категории потребителей, предпочитающих последних:

- люди с достатком, не желающие разбираться в технических особенностях современных устройств;
- люди преклонного возраста, которым сложно самостоятельно подключить приставку и/или антенну (сложно залезть на крышу; нет понимания современных технологий и т.п.).

С другой стороны, эфирное цифровое телевидение выбирают для себя люди со средними доходами и ниже. Многие из них по возможности пытаются экономить на установке, приобретая устройство в сетевом магазине и подключая самостоятельно. Но в тех регионах, где под боком

нет ретейлера с электроникой и бытовой техникой, они также становятся клиентами установщика.

Части клиентов достаточно разъяснений в офисе установщика: при покупке менеджеры по продажам объясняют, как подключить устройство к телевизору и настроить прием. Другим необходим личный визит специалиста для выполнения работ на дому.

В подавляющем большинстве случаев дополнительный сервис включает в себя установку антенны и настройку приставки: и тот, и другой пункт выбрали порядка 85 % опрошенных нами установщиков (доля клиентов, обращающихся за подобными услугами, разнится в зависимости от географических и социальных особенностей территории работы установщика). Немного реже требуются консультации по выбору самой приставки на этапе покупки (этот пункт отметили чуть более 60 % опрошенных установщиков). В единичных случаях нужны советы по месту установки антенны для приема цифры, аксессуары для подключения (кабели, разъемы) и т.п.

В целом опрошенные нами специалисты отмечают крайне низкую техническую подготовку населения.

«Хотелось бы отметить очень плохую общую техническую грамотность населения, вплоть до того, что 80 % приходящих к нам клиентов не знают, что такое AV-режим у телевизора! Это очень усложняет работу менеджеров по продажам», — дополняет Игорь Падюкин, ООО «Спутник» + (Республика Татарстан).

Это косвенно свидетельствует о том, что в ближайшей перспективе данное направление работы для установщиков не потеряет своей актуальности. ■

Поведение спроса на цифровые приставки в торговых сетях

В попытке оценить изменения уровня спроса на приставки для приема цифрового эфирного телевидения в торговых сетях мы задали вопросы ряду ретейлинговых компаний, имеющих филиалы по всей России. Ситуацию для нашего издания прокомментировали специалисты «М.Видео» и «Юлмарт».

Пик потребительского спроса на приставки для приема эфирного цифрового телевидения в торговых сетях пришелся на конец 2014 года. Одну из главных ролей в этом сыграл покупательский бум, вызванный скачком курсов валют, когда скупалось все подряд, от холодильников до электробритв. Опрошенные нами специалисты также выдвинули предположение о том, что на потребителей могла повлиять ранее распространявшаяся информация об отключении «аналога» в 2015 году (которое к тому моменту было сначала перенесено, а потом и вовсе отменено). Но выделить степень влияния необоснованной боязни остаться без телевидения не представляется возможным.

После активных продаж в конце 2014 — начале 2015 года спрос на приставки в торговых сетях ведет себя по-разному. Видимо, это следует объяснить различием целевой аудитории и регионов присутствия опрошенных ретейлеров (а также разными реперными точками для сбора статистики).

«Спрос на приемники для цифрового телевидения заметно снизился. Нестабильная экономическая ситуация привела к смещению интереса покупателей в пользу товаров первой необходимости. В среднем сокращение составляет от 5 до 10 % в денежном выражении», — рассказывает **Евгений Руцак, менеджер по закупкам компании «Юлмарт».**

«С января по октябрь 2015 года мы также зафиксировали рост продаж таких устройств: +66 % в штучном и +126 % в денежном выражении по сравнению с аналогичным периодом прошлого года», — дополняет **пресс-служба «М.Видео».**

Хотя запуск второго мультиплекса дает возможность абонентам смотреть больше каналов с той же приставкой, торговые сети не отмечают корреляции между фактом появления на определенной территории дополнительных бесплатных каналов и скачком спроса на приставки на той же территории.

Спрашивали мы и о наиболее популярных моделях приставок. К сожалению, из-за принципиального различия ассортимента ответивших нам компаний составить полноценный рейтинг не представляется возможным.

Пресс-служба «М.Видео»: «В наших продажах лидируют приемники от компаний Globo, Harper, Supra».

Евгения Руцак («Юлмарт»): «Наши клиенты отдают предпочтения устройствам таких марок, как Skyway и Galaxy Innovations».

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ DVB

ПРОЕКТИРОВАНИЕ МУЛЬТИСЕРВИСНЫХ СЕТЕЙ И ОБЪЕКТОВ СВЯЗИ

ПОЛНАЯ ЛИНЕЙКА ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ СЕТЕЙ SATV

МОНТАЖ И ПУСКО-НАЛАДКА

АБОНЕНТСКИЕ ПРИЕМНИКИ, АНТЕННЫ, КАРТЫ ДОСТУПА

РАСШИРЕННАЯ СКЛАДСКАЯ ПРОГРАММА

ДОСТАВКА ПО РОССИИ



ИЗМЕРИТЕЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ



Сертифицировано в России

BLANKOM®

ГОЛОВНЫЕ СТАНЦИИ НЕПРЕВЗОЙДЕННОГО КАЧЕСТВА ОТ НЕМЕЦКОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

- Digital Signal Processing with RF-Output
- Support SNMP V 3.0 monitoring
- Independent RF channel configuration
- 19" Stand-alone units

ALINE 19" UNITS

IP DVB-S DVB-S2 ASI-TS A/V

DOLBY DIGITAL EDGE DCS SNMP HDMI

Full HD 1080

DVB-T2/S2 DVB-T2/S

DOLBY DIGITAL HDMI 5.1 DDC ASI-TS USB IP TV GPS

+7 (495) 789 4646

МОСКВА

УЛ. ПЕРОВСКАЯ, 65

WWW.TELCOGROUP.RU

INFO@TELCOGROUP.RU